

yang ada dan membangun relasi jangka panjang yang mampu mendatangkan laba dengan mereka. (Kotler dan Amstrong, 2010: 789)

BAB III

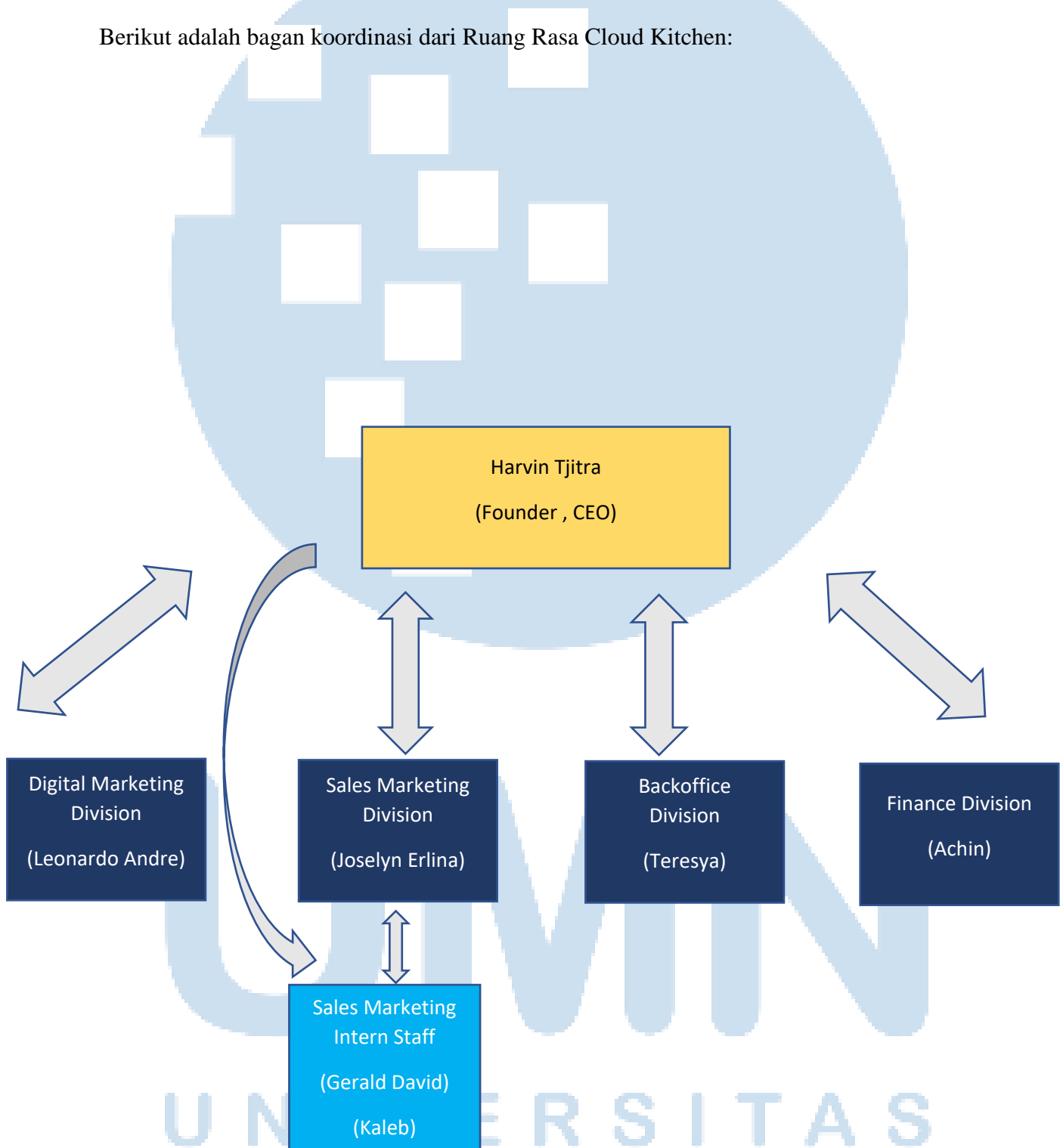
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada kesempatan magang yang berlangsung di Perusahaan Ruang Rasa yang kira kira berlangsung selama 6 bulan ini , saya , sebagai penulis pada bulan pertama ditempatkan di bidang Pemasaran Digital dengan beranggotakan sekitar 4 anggota pada divisi ini. Mayoritas yang bergabung dalam divisi ini adalah dewasa yang berusia sekitar 20 – 24 tahun. Keseluruhan divisi di dalam perusahaan Ruangrasa ada 4 divisi yaitu Divisi Marketing Penjualan , Divisi Digital Marketing , Divisi Backoffice Finance , dan Divisi Finance. 3 minggu kemudian , saya dipindahkan ke bagian marketing penjualan untuk membantu meningkatkan penjualan jasa dapur RuangRasa Cloud Kitchen. Di divisi ini saya langsung dimonitori oleh founder yaitu Harvin Tjitra dan dibantu oleh sales manager yaitu Joselyn Erlina. Di divisi ini saya bertanggung jawab atas target penjualan , *canvassing* brand baru , melakukan kontrak komitmen dengan tenant , dan mempertahankan tenant yang bergabung dengan Ruangrasa. Di dalam divisi marketing penjualan hanya beranggotakan 3 orang yaitu Joselyn Erlina sebagai Sales Manager , Gerald David sebagai Sales and Marketing Intern , dan Kaleb sebagai Sales and Marketing Intern. Tugas utama dari tim atau divisi marketing penjualan adalah mendapatkan tenant – tenant atau pebisnis kuliner untuk bisa bergabung menjadi tenant di Ruang Rasa. Setiap bulannya ada target dealing atau penjualan bagi masing masing anggota yaitu 10 – 15 bulan tergantung event dan juga kampanye marketing yang dibuat akan seperti apa. Cara yang dapat dilakukan adalah melakukan *canvassing* atau *approach* kepada tenant tenant baru melalui media digital seperti Instagram dan Whatsapp ke owner ataupun manajer dari sebuah bisnis kuliner. Cara lain yang dilakukan adalah mem-followup *leads* yang ada.

Leads adalah dimana para pebisnis kuliner melakukan kontak terlebih dahulu melalui nomor sales admin dan tertarik untuk menyewa di Ruang Rasa.

Berikut adalah bagan koordinasi dari Ruang Rasa Cloud Kitchen:



Gambar 3.1 Struktur dan Jalur Koordinasi Pekerjaan di Ruangrasa Cloud Kitchen.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan kerja magang di Divisi Marketing Penjualan yang dilakukan selama kurang lebih 6 bulan ini, penulis melakukan beberapa tugas pekerjaan yang terlampir pada laporan kerja yang tersusun pada tabel berikut ini

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Hasil
1	Melakukan Canvassing atau Approaching kepada Calon Tenant	Mencari tenant baru yang akan memakai produk atau jasa Ruang Rasa Cloud Kitchen.	Sales Manager : Joselyn Erlina	Mendapatkan sekitar 10 Brand dengan total 20 Slot Dapur (Dapur) selama bulan Mei – Juni.
2	Mem Follow – Up Leads atau Tenant yang Melakukan Kontak ke Ruang Rasa	Melakukan Closing Penjualan terhadap Produk dan Jasa untuk meningkatkan Occupancy Rate Perusahaan. Serta melakukan pertemuan visit ke lokasi Ruang Rasa.	Sales Manager : Joselyn Erlina	Mendapatkan sekitar 20 Brand dengan total 50 Slot Dapur selama bulan Juli – Oktober.
3	Melakukan Penjelasan Materi kepada Calon Tenant	Menjelaskan Company Profile, Tujuan, Sistem Kerja, Lokasi, Harga Sewa, dan Benefit dari Ruang Rasa Cloud Kitchen	-	- Mendapatkan respon positif dari Calon Tenant mengenai ketertarikan memakai jasa Ruang Rasa dan

				<p>juga mendapatkan brand yang masuk ke Ruang Rasa (Closing)</p> <p>- Mengumpulkan kebutuhan dari para brand FnB agar bisa memperbaiki produk dan layanan dari Ruang Rasa Cloud Kitchen</p>
4	Menulis dan <i>Drafting</i> kontrak perjanjian sewa menyewa antara tenant dan Ruang Rasa Cloud Kitchen setelah Closing.	Mendapatkan komitmen para tenant yang sudah closing sesuai dengan perjanjian sewa termasuk masa sewa kontrak yang disetujui dan biaya yang disetujui.	Backoffice Division : Teresya	Membuat Surat Kontrak Perjanjian Sewa Menyewa terhadap kurang lebih 30 Brand FnB.
5	Melakukan Followup kepada tenant selama mereka memakai jasa Ruang Rasa dan menjadi Tenant di Ruang Rasa	Mencari tahu kekurangan dan mendapatkan feedback dari jasa dan produk yang telah digunakan dan berusaha memberikan layanan yang terbaik yang bisa mempertahankan para tenant ataupun melakukan <i>upselling</i> .	-	Mempertahankan kurang lebih 30 Brand selama 6 bulan.
6	Membuat Sales Report dan Account Manager Report	Melihat jumlah closing setiap bulannya dan menyesuaikan Occupancy Rate yang telah diproyeksikan oleh CEO.	Sales Manager : Joselyn Erlina	Menyerahkan Report kepada Sales Manager tepat waktu.

Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa Cloud Kitchen

--	--	--	--	--

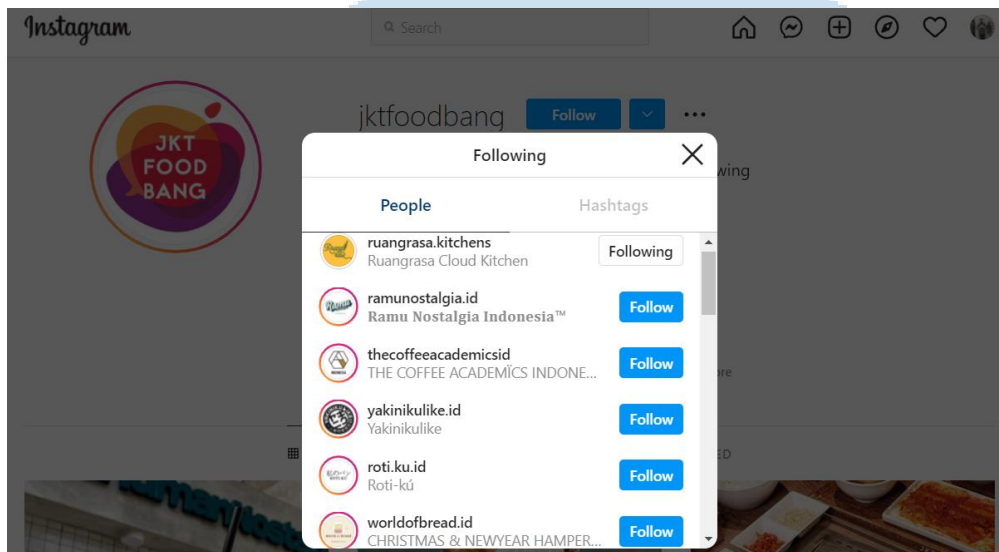
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

1. Proses Canvassing atau Approaching Calon Tenant

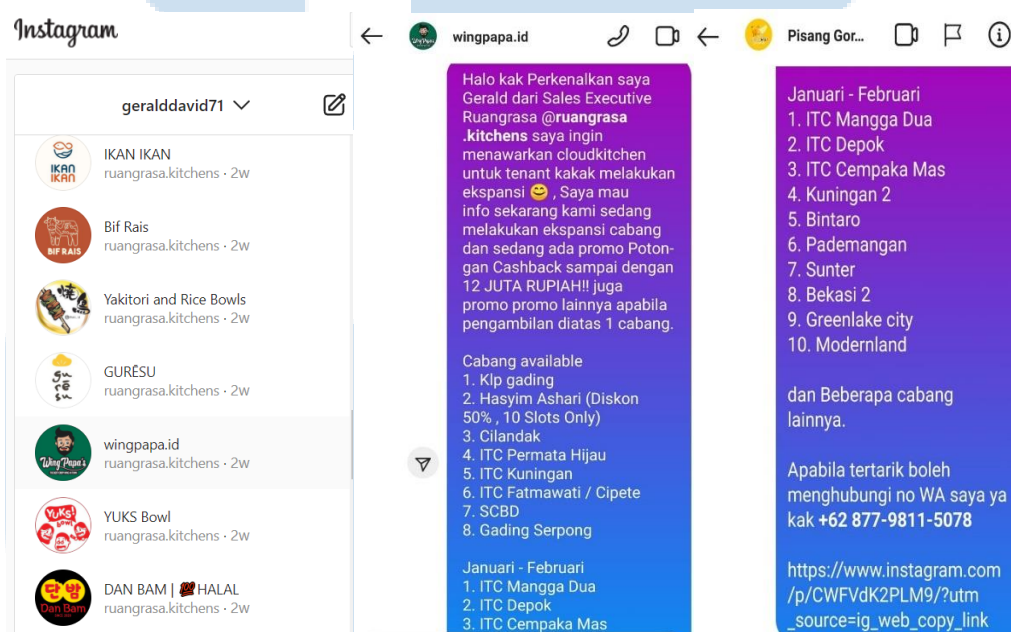
Canvassing dilakukan dengan mencari tenant – tenant yang berpeluang untuk diapproach untuk bisa masuk ke dalam Ruang Rasa dan memiliki sistem yang cocok dengan Ruang Rasa. Tenant atau penyewa yang menjadi target market dari Ruang Rasa adalah brand FnB yang telah berdiri selama 0-1 tahun dan 1 tahun keatas dan juga FnB yang cukup untuk memaksimalkan fasilitas yang diberikan Ruang Rasa salah satunya luas tempat yang hanya 5 sqm. Biasanya penyewa yang cukup untuk ukuran seperti ini adalah brand FnB yang memiliki produk yang ekspres , praktis , dan cepat sehingga proses pembuatan produk tidak membutuhkan peralatan yang besar dan banyak , biasanya proses persiapan makanan tidak lebih dari 10 – 12 menit. Kalau dari segi produk , tidak ada batasan bagi Ruang Rasa sehingga produk halal dan non halal , produk jadi dan produk setengah jadi diterima menjadi penyewa di Ruang Rasa.

Hal - hal canvassing ini dilakukan melalui platform Instagram, yaitu melihat akun – akun Instagram yang menjadi tempat promosi para pelaku bisnis makanan dan minuman, Contohnya seperti JktFoodBang , Spicyfoodid , Kulinerjkt , dan akun Instagram promosi bisnis makanan lainnya. Dari akun – akun tersebut , dapat ditemukan beberapa akun Instagram brand FnB yang dapat di *approach* , biasanya akun tersebut mencantumkan nomor Whatsapp admin yang bisa dihubungi ataupun bisa langsung mengirim pesan melalui *DM* (Direct Message). Lalu mulai menawarkan jasa Cloud Kitchen yang diawali dengan memperkenalkan diri dahulu dan kemudian menjelaskan bahwa perusahaan menyediakan tempat untuk membuka usaha dan melakukan ekspansi , kemudian menjelaskan sedikit promo yang sedang berlangsung sehingga menarik minat para calon tenant. Lalu meminta kontak yang dapat dihubungi melalui Whatsapp supaya bisa lebih mendetail menjelaskan jasa yang ditawarkan dan juga bisa lebih mengenal owner terlebih mengetahui kebutuhan para calon tenant tersebut dan akhirnya dapat

memberikan solusi melalui jasa yang perusahaan Ruang Rasa berikan.



Gambar 3. 1 Contoh – Contoh Brand FnB yang Dapat dilakukan proses Approaching atau Canvassing melalui akun Instagram @JktFoodbang.

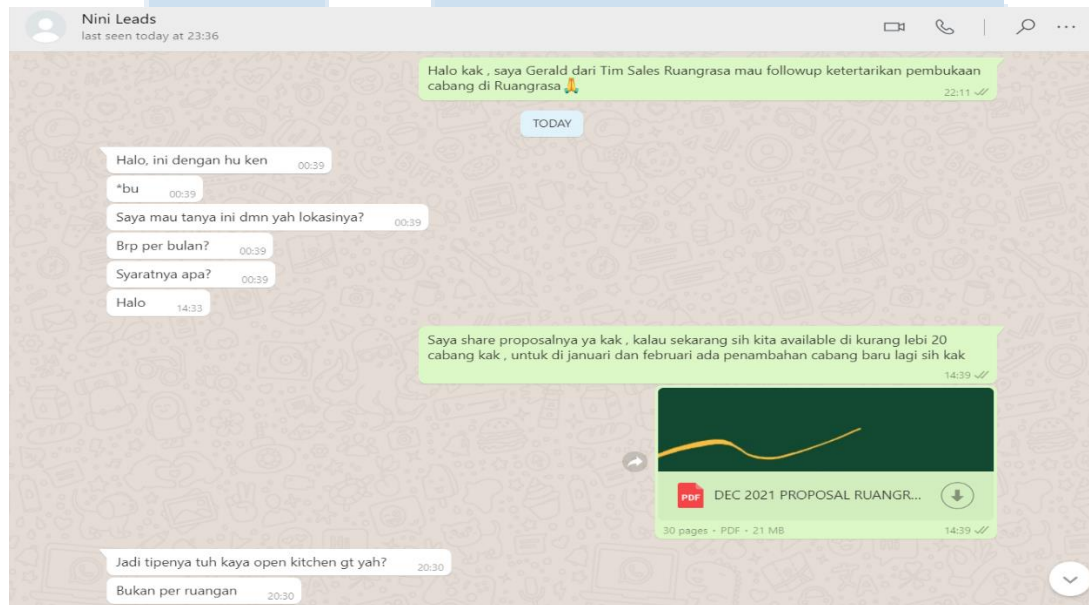


Gambar 3. 2 Contoh – Contoh Brand yang Sudah dilakukan proses Approaching dan Contoh Chat ketika melakukan Canvassing diawali dengan perkenalan dan diakhir memberikan kontak untuk dihubungi.

2. Mem Follow – Up Leads atau Tenant yang Melakukan Kontak ke Ruang Rasa

Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa Cloud Kitchen

Proses ini dilakukan dengan cara melakukan followup kepada tenant-tenant yang sudah tertarik dengan jasa dan produk yang ditawarkan. Biasanya kegiatan ini lebih merincikan kepada fasilitas – fasilitas tambahan apa saja yang disediakan dan dapat dinikmati oleh para calon tenant. Setelah itu bisa melakukan visit lokasi kemudian closing dengan melakukan pentransferan deposit untuk mengunci slot yang diinginkan oleh tenant.



Gambar 3. 3 Pesan Whatsapp yang penulis lakukan untuk mem - followup sebuah leads dan lebih mendetail dengan membagikan proposal.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

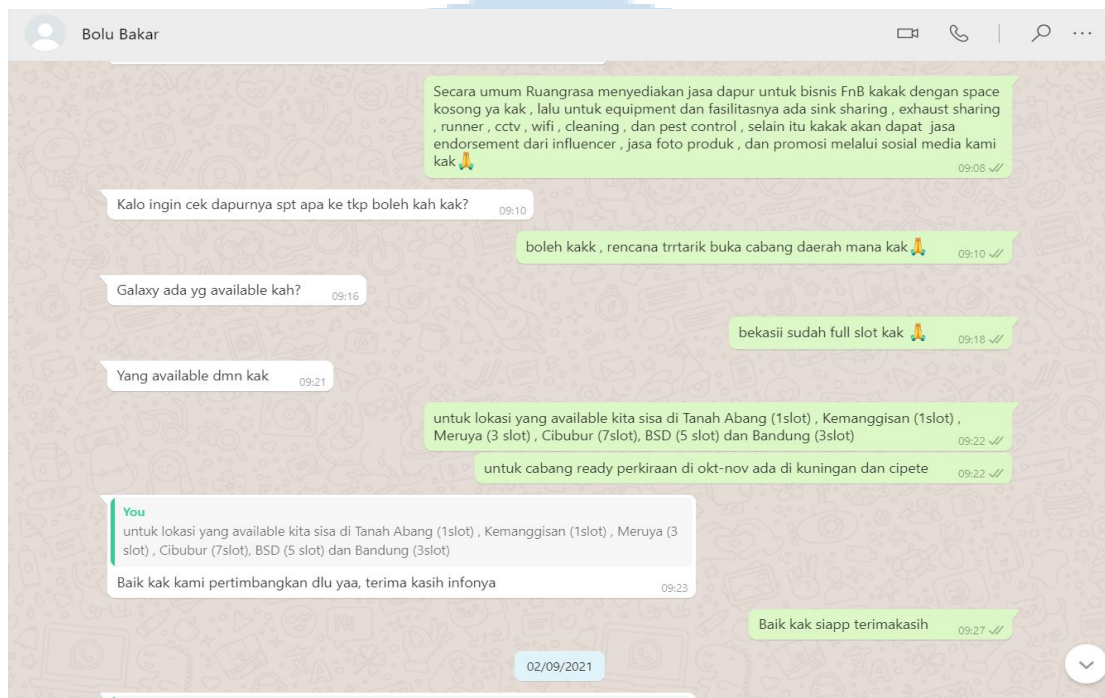
NUSANTARA



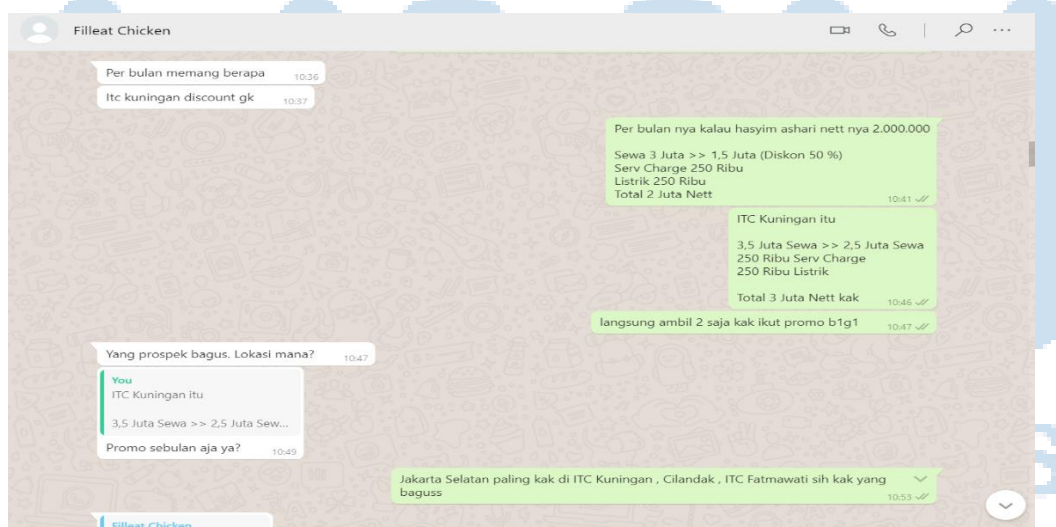
Gambar 3. 4 Penulis menemani tenant secara langsung saat melakukan visit lokasi dapur di sekitar Jabodetabek.

3. Melakukan Penjelasan Materi kepada Calon Tenant

Penulis melakukan penjelasan materi baik secara langsung maupun secara digital melalui Whatsapp Chat dan juga Whatsapp Call. Hal ini untuk lebih menjelaskan detail fasilitas yang bisa diberikan dan menjelaskan pertanyaan pertanyaan yang lebih mendalam dari para calon tenant.



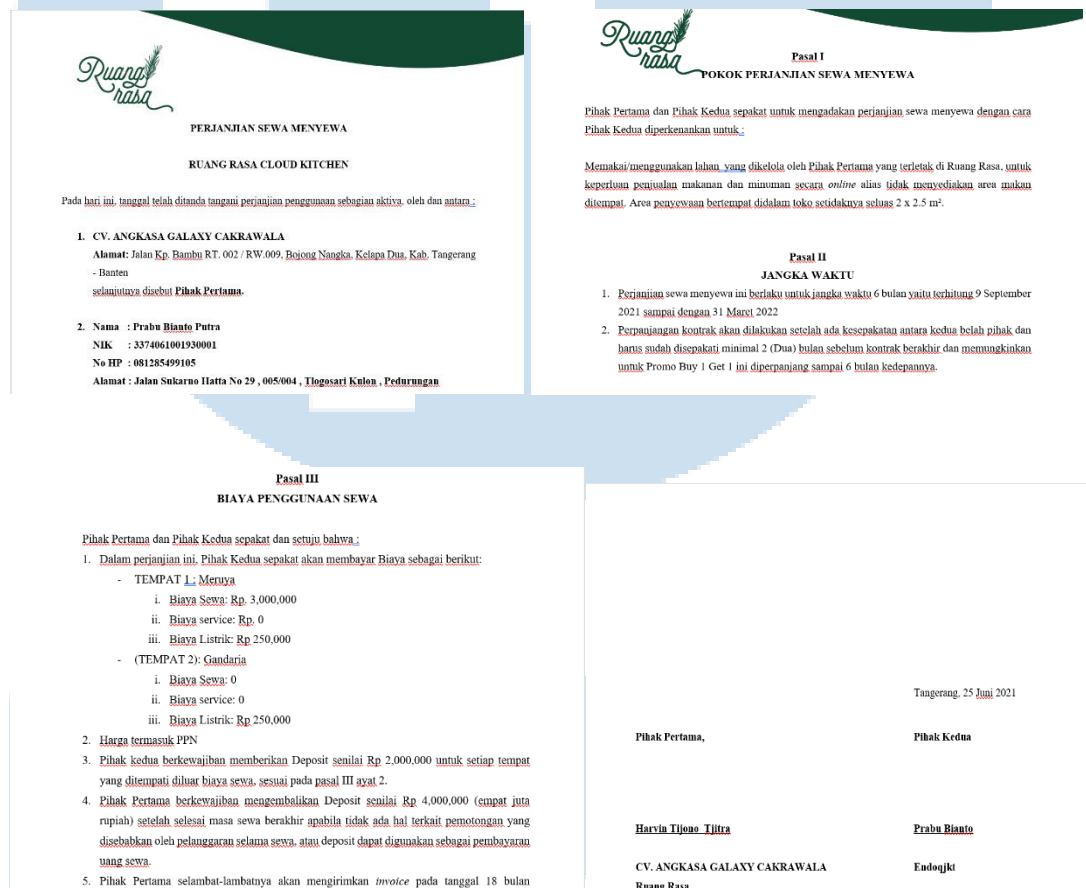
Gambar 3. 5 Penulis melakukan penjelasan mengenai fasilitas tambahan dan juga detail lokasi yang diinginkan oleh calon tenant.



Gambar 3. 6 Pesan Whatsapp yang penulis lakukan mendetailkan mengenai harga sewa.

- Menulis dan *Drafting* kontrak perjanjian sewa menyewa antara tenant dan Ruang Rasa Cloud Kitchen setelah Closing.

Kegiatan ini dilakukan untuk pihak pertama yaitu Perusahaan Ruang Rasa mendapatkan komitmen dan juga kepastian mengenai kontrak sewa yang berlaku bagi para tenant agar para tenant dapat mematuhi segala pasal – pasal yang terdapat dalam perjanjian sewa menyewa tersebut.



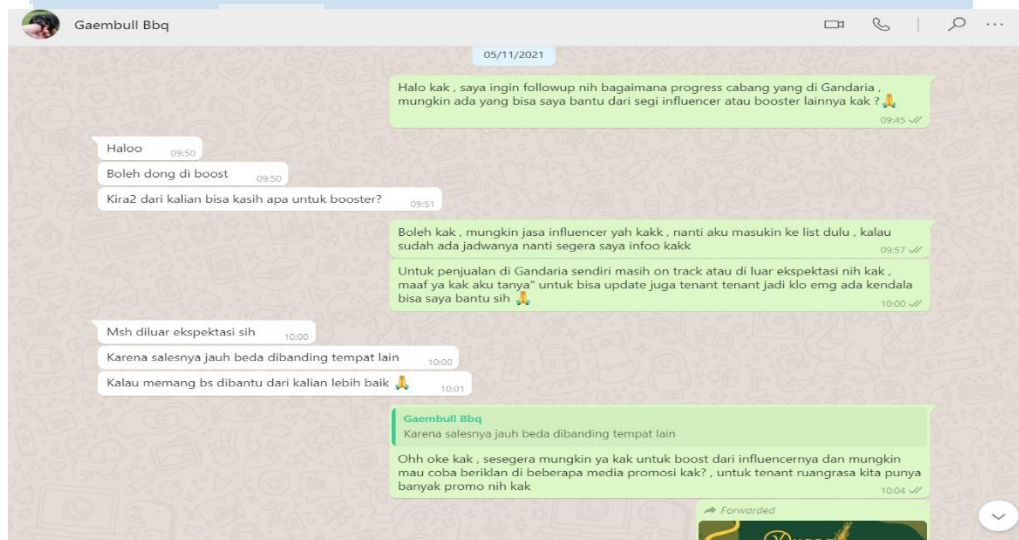
Gambar 3. 7 Contoh Draft Surat Perjanjian Sewa Menyewa oleh Brand Endoq Jkt.

- Melakukan Followup kepada tenant selama mereka memakai jasa Ruang Rasa dan menjadi Tenant di Ruang Rasa

Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tujuan , yaitu pertama , mendapatkan feedback atau umpan balik dari tenant mengenai jasa atau fasilitas yang diberikan kepada tenant.

Kedua , melakukan proses *Retaining Customer* agar tetap bertahan bersama Ruang Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Dapur *Cloud* di Ruang Rasa Cloud Kitchen

Rasa dan terus menjadi tenant Ruang Rasa dengan memberikan jasa tambahan lainnya seperti menawarkan *influencer* secara gratis untuk bisa membantu *exposure* dan *awareness* dari brand FnB tersebut sehingga mereka dapat mengkonversi menjadi sebuah penjualan yang tentunya dapat membuat tenant semakin senang bergabung bersama Ruang Rasa. Ketiga, Melakukan kegiatan *Upselling*, ini adalah kegiatan dimana menawarkan para tenant untuk lebih menambah cabang atau dapur di lokasi – lokasi lain yang masih tersedia, sehingga mereka bisa berekspansi lebih lagi bersama Ruang Rasa. Hal ini dapat diberikan kepada tenant – tenant yang memang memiliki potensi untuk ekspansi apabila dilihat dari omset penjualan produk dan juga market yang luas.



U

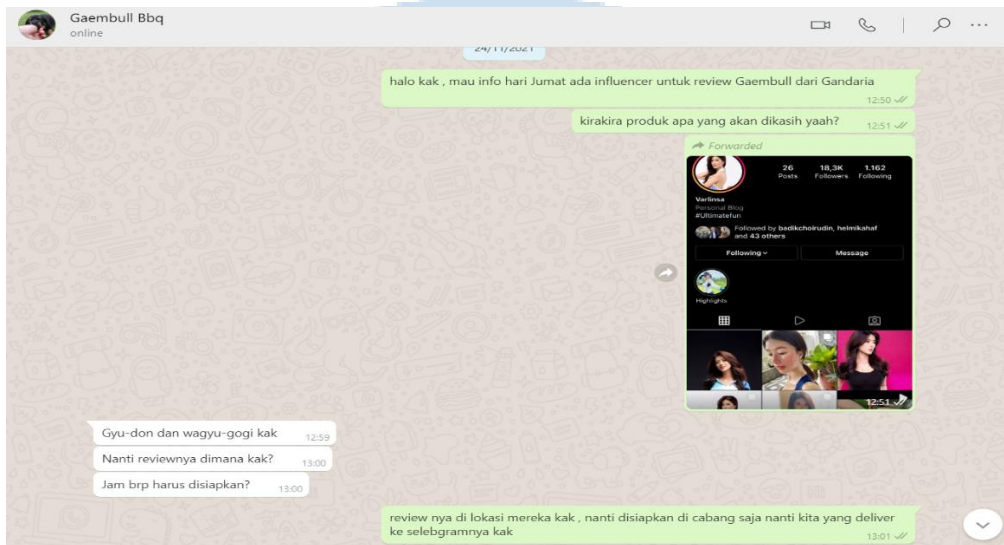
M

N

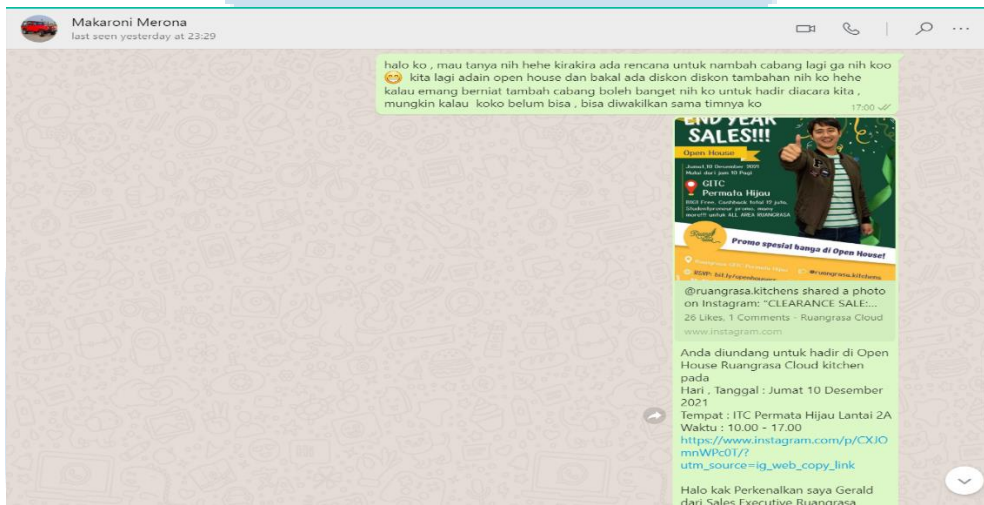
U N I V E R S I T A S

M U L T I M E D I A

N U S A N T A R A



Gambar 3. 8 Gambar Penulis memfollowup keberadaan tenant yang sudah kurang lebih 2 bulan memakai jasa Ruang Rasa dan memberikan jasa Influencer gratis untuk membantu brand lebih berkembang.



Gambar 3. 9 Gambar Penulis melakukan metode upselling.

6. Membuat *Sales Report* dan *Account Manager Report*
Melihat jumlah closing setiap bulannya dan menyesuaikan Occupancy Rate yang telah diproyeksikan oleh CEO.

dalam menjangkau ataupun mendapatkan pelanggan untuk dilakukan *approaching*. Hal ini sangat efektif karena dapat mengumpulkan database yang cukup banyak sehingga kemungkinan untuk *closing* pun semakin tinggi. Namun ada beberapa Teknik yang menurut saya cukup penting yaitu memanfaatkan database yang sudah jarang di *followup* ataupun tidak pernah lagi dihubungi sebelumnya. Hal tersebut tentunya akan membuat kemungkinan *closing* semakin tinggi dikarenakan kita melakukan *prospect* ulang terhadap calon pelanggan tersebut.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Ada beberapa kendala yang ditemukan selama kurang lebih 6 bulan penulis melakukan proses kerja magang di Ruang Rasa Cloud Kitchen.

1. Proses menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan kepada tenant yang awam mengenai Cloud Kitchen.

Proses menjelaskan kepada klien yang masih awam membutuhkan usaha yang lebih untuk bisa menjangkau minat dan ketertarikan klien tersebut. Terlebih lagi brand – brand yang masih baru dikarenakan mereka terbiasa melihat keadaan tempat makan yang ramai pengunjung dengan tujuan *dine – in* atau makan ditempat. Hal ini kadang membuat penulis menghabiskan banyak waktu namun disisi lain harus ada target yang dipenuhi.

2. Kesulitan untuk membagi waktu antara kuliah dan magang.

Bisnis *startup* RuangRasa ini ketika penulis memulai magang , masih merupakan bisnis yang baru dan sangat memiliki mobilitas yang tinggi dikarenakan kerjaan penulis tidak hanya melakukan *personal selling* , tapi juga penulis melakukan pekerjaan lain diluar itu seperti control renovasi cabang dan memantau proyek bisnis bersama pihak lain. Hal ini menyebabkan *workload* yang berlebih , terlebih disisi lain penulis masih menjalankan kewajibannya sebagai mahasiswa.

3. Pihak Kedua atau Klien sering melakukan pelanggaran di luar kontrak.

Dalam praktek bisnis ini , seringkali pebisnis FnB tersebut berlaku seenak hati tanpa menghormati kontrak yang berlaku bahkan seringkali meminta waktu persiapan yang lebih lama dari waktu yang telah disetujui. Contoh : Klien menyetujui pembukaan operasional di Tanggal 1 Agustus 2021 , pada kenyataannya tenant menghadapi berbagai masalah ketika proses persiapan yang dilakukan selama 1 bulan yaitu tanggal 1 Juli 2021 – 1 Agustus 2021 yang mengakibatkan mundurnya tanggal operasional. Hal ini tentu akan berdampak pada angka biaya yang harus dibayarkan oleh pihak kedua.

3.5 Solusi yang Ditemukan

1. Proses menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan kepada tenant yang awam mengenai Cloud Kitchen.

Penulis tetap melakukan kewajibannya untuk menjelaskan produk dan jasa kepada klien tersebut namun mempersingkat waktu dan juga melihat keberadaan orang tersebut apakah hanya ingin menggali pertanyaan saja apakah berniat untuk memakai jasa dari Ruang Rasa.

2. Kesulitan membagi waktu antara kuliah dan magang.

Penulis berusaha melakukan yang terbaik untuk kedua tugas yang ada baik dari perkuliahan maupun dari magang. Seringkali meminta waktu untuk izin datang ke kantor lebih siang agar bisa mengerjakan pekerjaan kuliah dahulu. Lalu juga penulis selalu meminta tolong teman memberikan update apabila ada yang terlewat ketika ada jadwal yang bersamaan antara kegiatan kuliah dan juga kegiatan magang.

3. Pihak kedua atau klien sering melakukan pelanggaran di luar kontrak.

Penulis tetap mengacu pada kontrak yang telah disetujui dan ditanda - tangani , sehingga penulis tetap meminta tim keuangan untuk menurunkan penagihan sewa bulanan kepada klien tersebut.